



Tržište

U posljednjih dvadesetak godina kod potrošača diljem razvijenih zemalja znatno je porasla svijest o kvaliteti hrane, porijeklu i načinu uzgoja namirnica u svakodnevnoj prehrani, a posebice u prehrani djece. O važnosti ove teme govori i činjenica da se, svojim brojnim kliničkim istraživanjima uključila i medicinska struka, objašnjavajući kako prehrana u djece utječe na njihovo zdravlje u kasnijoj dobi.

Bez obzira na činjenicu da broj novorođenih iz godine u godinu pada od 2,5% do 5% (1990. god. 52.000 novorođenih, 2006. 41.400), sama kategorija je u stalnom porastu. Što generira porast kategorije? U prvom redu to su stalne inovacije proizvođača dječje hrane u smislu novih grupa proizvoda. Danas se ne nude samo obroci doručka, ručka i večere već i razni međuobroci, deserti, voćni dueti, baby keksi i slično. Osim toga, majke su sve manje sigurne u porijeklo namirnica koje kupuju na tržnici, pa drže da je sigurnije kupovati kontroliranu dječju hranu.

Potrošači su najmlađi, od rođenja pa do tri godine. Obzirom na dob "potrošača", jasno je da je ova kategorija najosjetljivija kategorija u FMCG sektoru (o.u. eng. „Fast moving consumer goods“ – roba široke potrošnje).

Tržišna marka HiPP je lider u segmentu dječje hrane na tržištu Hrvatske, sa ukupno preko 50% udjela, s time da postoje kategorije unutar dječje hrane ("mokre kašice" i čajevi) u kojima HiPP ima preko 70% tržišnog udjela.

Ukoliko govorimo o rezultatima HiPP-a u Hrvatskoj u odnosu na tržišta ostalih zemalja, na svjetskoj razini, važno je spomenuti da je Hrvatska u samom vrhu, jedna od najuspješnijih Hippovih zemalja.

Dostignuća

Organskom poljoprivredom štite se tla i podzemne vode. HiPP je najveći svjetski prerađivač kultura iz organsko biološkog uzgoja. Čak 15.000 ha zemljišta i pripadajuće podzemne vode zaštićene su na taj način od više od 2000 tona umjetnih gnojiva. Povećanim udjelom BIO poljoprivrede štiti se tlo i zemlja od razarajućih učinaka kemijskih fertilizatora i sintetskih pesticida.

Kao izvor energije od jeseni 2000. HiPP u proizvodnji koristi BIO masu, čime se smanjuje emisija štetnih plinova. I dan danas za mnoge je kompanije to daleka budućnost.

U zadnjem desetljeću HiPP je smanjio potrošnju vode na svojim poljoprivrednim dobrima 50%. Time se štedi 372 000 m³ vode – primjerice: navedena količina odgovara popijenoj količini mineralne vode Münchena u periodu 4 godine.

1992. u Rio de Janeiru brojne su



zemlje svijeta usvojile protokol o zaštiti okoliša poznat kao Rio protokol. On uvodi brojne standarde u zaštiti pa tako i u emisiji štetnih plinova. HiPP je postavio još rigoroznije vlastite standarde. Iako je Rio protokol predvidio smanjenje emisije štetnih plinova za 25%, HiPP je uporabom goriva iz BIO masa uspio to reducirati za 80%.

HiPP reciklira 97% otpadnih tvari i to sortiranjem otpada i korištenjem organskog otpada - BIO gorivo za dobivanje energije.

Povijest

1899. godina velike ideje

Krajem 19. stoljeća Josef Hipp (1867-1926) je radio u slastičarni u Pfaffenofenu/Njemačka. Ubrzo je postao i njezin vlasnik. 1897. oženio se s Marijom Ostermayer. Imali su brojno potomstvo. Nakon rođenja blizanki, gospođa Marija nije imala dovoljno mlijeka i njen je suprug počeo razmišljati o prehrani svojih djevojčica. Kao slastičar dosjetio se: samljeo je dvopek i dobio brašno, koje su dodali mlijeku da bi bilo gušće i zasitnije. Djevojčice su preživjele, kao i ostalo petoro djece.

1901. Prvi proizvod

Uspjeh brašna od dvopeka, koje je g. Josef Hipp prodavao u svojoj slastičarni, ubrzo je prerastao granice njihovog gradića. Brašno je bilo pakirano u crno-bijelim kutijama već dobro poznatim roditeljima u Bavarskoj.

Godine 1950. Georg Hipp počeo je proizvoditi povrtne kašice za dojenčad, tzv. dječju hranu u staklenkama.

Paralelno sa počecima industrijske proizvodnje dojenačke hrane, Georg Hipp počeo je 1956. godine s uzgojem poljoprivrednih kultura prirodnim metodama, daleko od industrije i bez kemikalija.

Obiteljsko gospodarstvo postalo je BIO gospodarstvo. Georgova djeca Claus, Paulus i Georg nastavljaju svjetlu obiteljsku tradiciju i BIO filozofija nastavlja biti i njihova svjetla vodilja u poslovanju. Malo pomalo susjedna gospodarstva uviđaju dobre strane BIO uzgoja i postaju kooperanti HiPP-a. HiPP je danas najveći svjetski prerađivač kultura iz organsko-biološkog uzgoja. Od 1960. dječja

hrana se ne pakira više u limenkama, nego u staklenkama. Paleta proizvoda se iz dana u dan širi.





Proizvod

Što izdvaja HiPP proizvode od drugih proizvođača dječje hrane? Zdrava zemlja, kemijski netretirano sjeme, zabrana uporabe kemijskih sredstava za prskanje – to su osnovne smjernice organsko biološkog, odnosno, BIO – uzgoja. Već sam izbor pogodnog tla veliki je posao: brojnim testiranjem uzoraka tla provjerava se da li određeno zemljište uopće pogodno za uzgoj BIO – kultura. Preduvjet je da zemljište bude dovoljno udaljeno od industrijskih postrojenja i velikih prometnica. Bioorganski uzgoj nije ništa drugo nego poštivanje prirodnih procesa. Zato se i štetne otklanjaju prirodnim putem. Primjerice, na rubovima polja sade se kulture koje privlače kukce i time se drže podalje od kultura. Hippove Bio – mrkve sade se na vjetrovitim područjima budući da time vjetar mrkvu „temeljito čisti i provjetrava“. Na primjeru mrkve, kao i u sadnji ostalih vrsta voća ili povrća, HiPP koristi modele nekadašnje tradicionalne poljoprivrede. Kod uzgoja riže Hippovi kooperanti pridržavaju se strogih Hippovih uputa – svako zmo ručno se probere.

Hippovi voćnjaci predstavljaju svojevrstan raj za ptice. Ptice doista uživaju. Ovdje svijaju gnijezda, a hrane ima na pretek – kukci su samo njihovi. Kod biranja sorti voća biraju se one koje su pogodne za BIO-uzgoj i prirodno su otporne na bolest. Hippove ukusne jabuke potječu iz voćnjaka sa sunčanih obronaka koji se protežu između Verone i Ferrare. Naime, te su jabuke naročito blage i djeci lako probavljive. Budući da prirodno sazrijevaju na toplom suncu juga, kasnije dodavanje šećera je nepotrebno.

Mineralima bogate banane vrlo su zdravo voće za djecu. HiPP je stoga pozornost usmjerio na traženje poljoprivrednika koji će ih opskrbljivati zdravim bananama. I našli su ih u Kostariki. HiPP banane rastu daleko od velikih plantaža, na obroncima iznad džungle gdje je zrak suh i svjež, idealan za rast banana. Roba je, naravno, skuplja

nego ona s velikih plantaža, ali time HiPP motivira poljoprivrednike da ustraju u svom načinu rada i da zadrže svoj tradicionalni način uzgoja. Time HiPP doprinosi i zaštiti džungle. HiPP je još uvijek najveći svjetski prerađivač BIO-kultura i nadamo se da će i drugi slijediti Hippov put, a za dobrobit naše djece i planeta.

Sadržaj svake staklenke podvrgnut je brojnim kontrolama, čak 260! Počevši od analize tla, analize sirovina, kontrole prerade i finalnog proizvoda. U HiPP-u su naročito ponosni na laboratorij koji je jedan od najopremljenijih i najsuvremenijih u Europi. Analitički laboratorij u stanju je otkriti i najminimalnije količine tvari.

Hippov analitički laboratorij je zahvaljujući kvalitetnom radu i kompetentnim rezultatima nosilac prestižnog ISO EN 45001 certifikata. Za dječju hranu granice dopuštenih količina štetnih tvari su vrlo niske, čije vrijednosti su propisane i zakonodavstvom svake pojedine zemlje. HiPP je još stroži od zakonodavca. Za HiPP su te dopuštene doze još uvijek previsoke.

Nedavni razvoj

Godine 2007. HiPP je svoju filozofiju kvalitete dosljedno prenio na područje njege beba. U suradnji s pedijatrima i primaljama razvili su liniju za njegu dječje kože, HiPP Baby sanft – s ekstra blagim recepturama, koje su naročito podnošljive za kožu i odgovaraju fiziološkim posebnostima dječje kože. Rezultat se savršeno uklapa u tradiciju i filozofiju obitelji Hipp.

HiPP Baby sanft izrazito blagu njegu dječje kože povezuje s izvanrednim zaštitnim svojstvima proizvoda. Osnova svih proizvoda je bademovo ulje. Osim toga, u proizvodima se nalazi zaštitna tvar, tzv. CM glucan. To je tvar izolirana iz kvasca, sa dokazanim zaštitnim svojstvima. Djelotvornost i podnošljivost za kožu dokazani su u nizu nezavisnih studija.

Početkom 2008. godine završene su kliničke

studije kojima je dokazano da HiPP Baby sanft linija za njegu dječje kože nije prilagođena samo za osnovnu njegu djece, već je prilagođena djeci sa lakim i srednje teškim dermatitisom.

Promocija

Marketing HiPP-a dosta se razlikuje od marketinga drugih tržišnih marki u FMCG sektoru. Najviše se pažnje posvećuje informacijama za zdravstvene djelatnike, koji su u kontaktu sa roditeljima, te im daju informacije za zdrav početak dohrane njihovih beba. Kvaliteta Hippovih proizvoda najjači je marketinški adut. Dobro iskustvo sa Hippovim proizvodima prenosi se sa majke na majku. HiPP veliku pažnju posvećuje kvaliteti proizvoda, a toga su svjesne sve majke širom svijeta.

Vrijednosti robne marke

Najbolje iz prirode, najbolje za prirodu

Organsko-biološki uzgoj nije dobar samo za naše bebe. I priroda uživa i obnavlja se. Izbjegavanjem korištenja umjetnih gnojiva štiti se i kvaliteta podzemnih voda. Zaštitom biotopa održava se neophodna ravnoteža živih bića i njeguje se raznolikost biljnih i životinjskih vrsta. Hippov rad doprinosi je ekološkoj ravnoteži.

www.hipp.hr

HiPP
Najbolje iz prirode.
Najbolje za prirodu.

Briga za zdravlje naše djece u budućnosti u srcu je naše kompanije.

Za nas ne postoji ništa vrijednije od zdravlja i blagostanja djece.

Tako je bilo oduvijek i uvijek će tako i biti!

Carus Vitz

JESTE LI ZNALI...

HiPP

- ▶ HiPP je dobitnik mnogih prestižnih nagrada: 2001. nagrada Njemačke prehrambene industrije za vrhunsku kvalitetu HiPP proizvoda i za brigu o okolišu, 2000. prva milenijska nagrada Ujedinjenih naroda za zaštitu okoliša, 1999. nagrada za zaštitu okoliša Austrijske prehrambene komore.

